Bilan d'activité 2014
Office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère

En raison des élections Départementales, le rapport moral sera présenté par la présidente, Sophie Pantel, lors de l'Assemblée générale qui est prévue le 1 avril 2015 au Pont de Montvert

Merci pour votre compréhension

Sommaire

Unesco, un territoire à promouvoir..... P4

Le classement de l'Office de Tourisme en catégorie II..... P8

La Promotion..... P9

Une multitude de services à l'OT P13

Bilan quantitatif et qualitatif de la saison..... P15

La mutualisation et la structuration P18

L'OT en chiffres..... P21

Conclusion..... P24

Annexes..... P26

Unesco, un territoire à promouvoir

Le paysage évolutif et vivant inscrit au patrimoine de l'Unesco attire aujourd'hui des visiteurs désireux de découvrir ce pays et les hommes qui y habitent. C'est tout un territoire qui s'inscrit à présent dans une dynamique thématique basée entre autre sur une promotion de l'agropastoralisme. L'enjeu principal pour le territoire est d'arriver à concilier l'ensemble des activités agricoles (en particulier agro-pastorales), touristiques et économiques tout en préservant la qualité des milieux et de ses paysages.

Pour s'inscrire dans la dynamique l'office de tourisme est devenu ambassadeur de l'Unesco en 2014

Le Gr 68 une randonnée autour de l'agropastoralisme

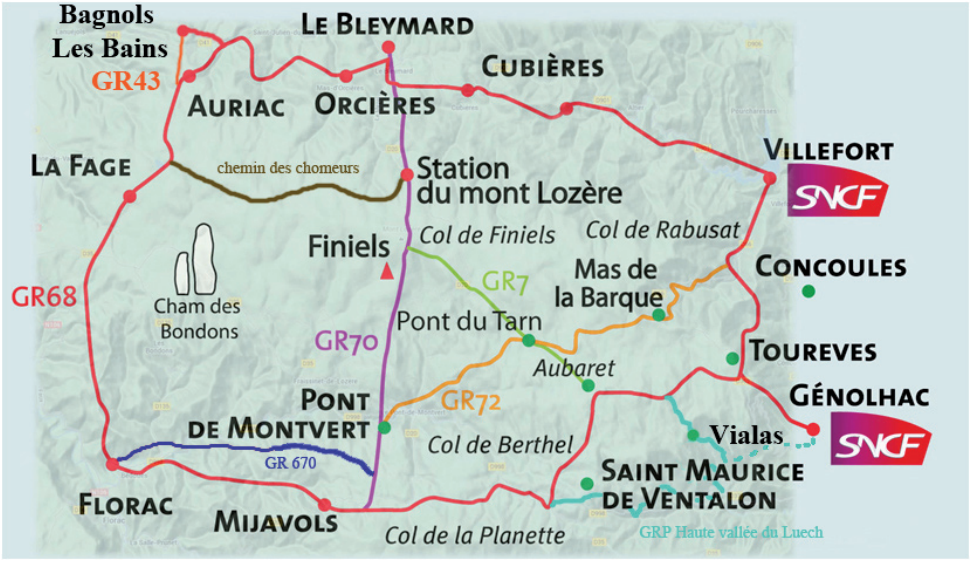
Dans le cadre d'un dispositif régional Terra Rural sur le Mont Lozère, nous travaillons actuellement sur la redynamisation du GR68 «Tour du Mont Lozère ».

En effet, les récents diagnostics sur le massif du mont Lozère (Cabinet Lavail, GR7) montrent un changement de comportement de la clientèle randonneuse itinérante. En effet les randonneurs souhaitent des circuits de plus en plus courts et ayant une thématique forte. Il est donc impératif pour ce GR en perte de vitesse de se renouveler.

Nous souhaitons le transformer grâce au maillage de GR sur le massif en un « GR de l'agro pastoralisme » mêlant randonnée itinérante et découverte du patrimoine exceptionnel qui a valu au territoire l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Nous prévoyons des boucles de 2 à 8 jours émaillées de rencontres avec des agriculteurs, des découvertes culinaires ainsi que des explications sur l'histoire du Mont Lozère ; visite des hauts lieux de l'agro-pastoralisme (Drailles, l'Aubaret, Mas Camargues, Mas de la Barque...), et nuitées en gîtes ou chambre d'hôtes. Mais aussi l'édition de topo guides spécialisés et la promotion du parcours.

Ce projet doit permettre également de conforter les professionnels autour du Mont Lozère, et de donner des débouchés pour des activités annexes à la marche (VTT, eBike, cheval, raquettes…).
Un accompagnement est prévu afin de sensibiliser les différents acteurs du parcours sur l'agro pastoralisme à travers un guide, une charte qualité travaillée de concert avec les professionnels, ainsi qu'une sensibilisation au label « ambassadeur UNESCO » et à la marque « Qualité Sud de France ».



Les avantages

- Modulable : en boucles de 3 à 8 jours.
- Un haut lieu de l'agro-pastoralisme
- Un patrimoine à découvrir : des menhirs aux camisards en passant par les Hospitaliers, découvertes des Drailles, du patrimoine UNESCO et vernaculaire.
- Des paysages très variés entre schiste et granite
- Des hébergements de qualité tout le long du parcours

Après le recensement des hébergements et du patrimoine sur les parcours et des réunions de concertations, la création d'une brochure promotionnelle et la recherche de débouchés pour la commercialisation auront lieu.

Les visites de ferme : Convivialité et curiosité !

l'Office de tourisme a mis en place des visites de ferme depuis plusieurs années, puis grace au dispositif régional «Terra rural» a pu étendre le projet jusqu'au mont Lozère. Cette action coordonée par le Syndicat intersyndical pour l'aménagement du Mont Lozère (SIS) a permis un élargissement du réseau d'agriculteurs.

22 agriculteurs ont exprimé l'envie de faire découvrir leurs exploitations aux curieux. Le principe est toujours le même : Apiculteurs, éleveurs bovin, caprin, pisciculture ou exploitation castanéicoles, tous ouvrent leurs portes pour offrir aux visiteurs un moment privilégié : une rencontre authentique autour de la production des produits du terroir.

À travers le développement du circuit court et d'une économie locale, ces visites de ferme permettent de tisser un lien entre les agriculteurs et l'activité touristique. Elles permettent d'échanger sur le métier et de faire des ventes directes. Le projet privilégie le contact direct, la convivialité et la curiosité. Les visiteurs découvrent un métier et un environnement.
Ainsi ont été organisées 90 visites sur 4 communautés de communes (Goulet Mont Lozère, Hautes Cévennes, Villefort et Cévennes mont Lozère)

Un franc succès avec l'accueil d' un total de 356 adultes et 141 enfants sur le massif du mont Lozère.
Les visites ont eu lieu entre le 8 mai et 31 octobre avec un pic de fréquentation entre le 8 juillet et le 18 août.

Le travail en réseau avec d'autres offices de tourisme a permis une promotion plus importante. Par ailleurs une brochure plus attractive, regroupant toute l'offre a été proposée aux visiteurs ainsi qu'un site internet :

www.visite-de-ferme.com

En 2015,

l'Office de Tourisme a proposé et a été retenu pour mettre en place un projet autour des visites de ferme sur un territoire encore plus étendu :
En effet le Conseil Général financera une action collective entre offices de tourisme de la même destination Cévennes mont Lozère.

Le réseau sera élargi en collaborant avec les OTSI de la destination Cevennes mont Lozère ce qui étendra le territoire du mont Lozère jusqu'à Saint Etienne Vallée Française et à l'ouest à Saint Enimie...

Le classement de l'Office de Tourisme en catégorie II

L'office de tourisme a déposé son dossier de classement en octobre 2014. Il a reçu l'aval de la préfecture au mois de février. Le classement est effectif pour les 5 prochaines années.
Le nouveau classement de L'Office de Tourisme « des Cévennes au Mont Lozère » en catégorie II a demandé des investissements matériels et immatériels importants afin de répondre aux nouveaux critères, plus exigeants.

Le site internet et ses prestataires touristiques sont à présent entièrement traduits en anglais et en néerlandais et ils sont consultables sur mobile ou tablette (responsive).

L'optimisation de la signalétique extérieure l'accès handicapé et l'amélioration de l'affichage visible en dehors des heures d'ouverture ont été effectué avec le concours de la mairie de Pont de Montvert.
L'amplitude des horaires d'ouverture correspond aux exigences, l'accueil à l'Office de Tourisme est trilingue.
La constitution du dossier de classement est allée de pair avec la mise en place d'une démarche qualité.

La démarche qualité, La qualité dans tous les domaines

La démarche qualité permet à l'office d'améliorer ses services d'accueil et d'information et elle place le visiteur au centre de toute préoccupation. C'est un outil d'évaluation et de progrès important et il permettra à l'Office de Tourisme d'obtenir à terme la marque qualité qui est un label reconnu au Plan Qualité Tourisme.
Quels en sont les objectifs ? :

- Renforcer son image et l'image de son territoire
- Mieux satisfaire et fidéliser les visiteurs de plus en plus exigeants,
- Accroitre les retombées économiques
- Professionnaliser et valoriser l'OT

Le « manuel qualité » est le mode d'emploi pour maintenir et mesurer le niveau.
Nous avons élaboré des procédures et modèles pour la bonne mise en oeuvre opérationnelle et quotidienne des tâches et ce, dans tous les domaines qui ont un lien avec les missions de l'Office de Tourisme : accueil, boutique, collecte de l'information, ressources humaines. -

En même temps des indicateurs spécifiques : enquêtes de satisfaction, fiches de suggestion et réclamation, observatoire clients
…. permettent de vérifier l'efficacité des actions.

La Promotion

Le site internet en commun avec d'autres OTSI, la participation aux salons, une page facebook avec beaucoup de « like », des formations pour le personnel et pour les adhérents. Un nouveau look pour le guide du voyageur. La participation aux salons. L'office de tourisme multiplie les canaux de communication et se doit d'être à la pointe des nouvelles technologies…

Le site de l'office de tourisme : www.cevennes-montlozere.com

Un partenariat entre dorénavant 4 Offices de Tourisme : avec Génolhac, Bessèges, et enfin le Pays Grand Combien. Nous continuons à augmenter notre visibilité et notre référencement grâce à nos efforts de saisie commun de contenu. C'est l'office de tourisme de Pont de montvert qui coordonne et anime les actions des offices de tourisme sur le site.

Les principales améliorations en 2014 sont :

- La réalisation d'un « site responsive » : c'est-à-dire un site multi support qui s'adapte aux mobiles, tablettes (version pour supports tactiles) et ordinateurs de bureau. la redirection se fait automatiquement dès lors que le navigateur utilisé est celui d'un téléphone ou d'une tablette.
- La traduction en néerlandais

- L'uniformisation et l'optimisation des écritures pour le web par le biais d'une formation « rédaction pour le web »
- La simplification de l'arborescence et réorganisation du contenu en adéquation avec les profils des publics cibles : vacances en famille, rubriques «randonnées» et «patrimoine»

Le comportement connecté des visiteurs:

Les visiteurs sont de plus en plus autonomes dans leur recherche d'infos notamment, avec l'usage quasi généralisé d'Internet avant le séjour pour préparer ses vacances mais aussi pendant grâce à l'Internet Mobile.
Un flashcode qui donne accès directement au site est affiché à l'extérieur de l'Office de Tourisme. En même temps la wifi disponible permet au visiteur de chercher les informations à tout moment.

En 2015 évolution du site

Le site sera doté d'un planning de disponibilité et un effort sera fait sur le graphisme afin d'être plus attractif pour le visiteur et de diminuer le taux de rebond.
Un effort considérable sera fait pour mettre encore mieux en lumière notre patrimoine et nos randonnées qui seront visibles à côté des prestataires et imprimables à souhait.
Si le client désire préparer son voyage en amont il disposera aussi de précieux conseils, des idées d'activités avec enfants ou encore des circuits en voiture.
Le travail général d'optimisation du référencement naturel continuera car les règles changent en continue
Les sites de destination comme celui de l'OT méritent d'avoir la confiance des visiteurs et restent un outil important pour la visibilité de la destination
Il y trouve bien sur l'offre d'hébergement mais aussi l'offre touristique à proximité. Des filtres permettent d'affiner son choix.

Facebook

La page Facebook de l'office du tourisme continue à fédérer une communauté d'amoureux du canton venant de tous les horizons. En effet, ce sont **875** personnes, principalement des vacanciers de la région Languedoc Roussillon et de Paris, qui peuvent toute l'année observer de belles photos des Cévennes et du Mont Lozère.

La stratégie que nous avons défini se base sur un public cible amoureux de paysage en hors saison, tandis que l'été, ou la probabilité de proximité est plus grande, nous communiquons sur les événements principaux.
Nous travaillons principalement avec des photographes locaux afin de proposer de superbes clichés en toutes saisons !

L'importance grandissante de ce média nous a amené à conduire deux formations Facebook à destination de nos prestataires l'année dernière et nous allons les recommencer cette année vu la demande de la part de nos adhérents.

La Promotion aux salons

L'office de tourisme, en partenariat avec le CDT, a participé aux salons de vacances de Stuttgart de fin janvier, participera au rassemblement « Connaissance et Partage » à Montpellier et sera au Salon de la Randonnée de Lyon au mois de mars.
La participation aux salons permet d'être présent sur un marché qui vise les clients hors saison.

A l'occasion de notre venue en Allemagne pour le salon de Stuttgart, nous avons édité une brochure complémentaire traduite en Allemand. Nous l'avons distribuée en complément du guide du Voyageur contenant les contacts de tous nos adhérents.
La Lozère était le seul département présent de Languedoc-Roussillon et de la cote méditerranéenne. Nous avons donc pu profiter de la visibilité de l'entièreté du Sud de la France pour faire valoir les atouts de notre territoire.

Nous avons pu noter une très grande reconnaissance du label UNESCO à l'étranger,principalement pour le coté « nature et patrimoine ».
La demande se base surtout sur les activités comme la randonnée (Highlight Stevenson), le velo, grosse demande du VTT mais aussi de l'Ebike et de la moto.
Les principales destinations demandées par le public allemand sont :
1. Gorges du Tarn, 2. Cevennes, 3. Mont Lozere 4. Causses et aubrac.

Le guide du voyageur

Le guide du voyageur fait peau neuve !
Cette année le guide du voyageur adopte un nouveau look ! Nouvelle couverture, nouveaux encarts et surtout nouveau contenu pour redonner une dynamique à cet outil indispensable.
Notre volonté étant d'avoir un guide résolument pratique truffé de bons conseils, d'idées balades, d'informations sur le patrimoine à visiter, et, petite nouveauté des fiches pratiques à découper avec un circuit VTT et un circuit Poussette à travers le village.
Le guide regroupe également toute l'offre touristique de nos adhérents dont nous avons totalement repensé les encarts et des rubriques thématiques qui s'adressent à tous : randonneurs, familles, passionnés d'histoire ...
Le coté pratique a aussi été enrichi pour rendre toujours plus simple et agréable le séjour.

Notre territoire est un lieu touristique et de passage important. La fréquentation à l'office de tourisme est en constante augmentation. Il est primordial de capter et de séduire les touristes avec un document ludique et attractif proposant de découvrir des thèmes alléchants les incitant à revenir séjourner sur le territoire. De plus même si l'Office de Tourisme a mis en place une version mobile de son site et des fiches patrimoines directement téléchargeable, la couverture des opérateurs pour mobile est limitée sur notre secteur (seul Bouygues passe), ce qui empêche l'efficacité des connexions internet, le guide papier reste donc rassurant et au centre d'une promotion efficace du canton.

Le guide du voyageur est un formidable outil pour l'Office de tourisme mais pas seulement !
Il doit être aussi un vecteur de promotion important pour nos adhérents, c'est pourquoi l'Office de tourisme met à leur disposition des guides du voyageur à proposer à leur clientèle dans leurs structures.
Le guide est très largement diffusé :
Il est en libre service dans notre local et donné de façon systématique au visiteur se présentant au comptoir d'accueil, il est aussi présenté lors de nos déplacements dans divers salons et événements mais également disponible dans les Offices de Tourisme partenaires (Génolhac, La Grand combe, Bessèges…) voisins, enfin le guide est envoyé par courrier lors de demande de renseignements téléphoniques tout au long de l'année.
Vous l'aurez compris le Guide du Voyageur 2015 se métamorphose pour être toujours au plus près du tourisme de demain et pour répondre aux attentes du tourisme d'aujourd'hui !

Une multitude de services à l'OT

Le Wifi, la librairie, la vente des cartes de pêche, les inscriptions aux animations, la réservation au restaurant, la recherche d'un hébergement disponible… autant de services qui obligent le visiteur à un passage à l'Office de Tourisme. L'augmentation de la fréquentation s'en est ressenti, en 2014 nous avons battu tous les records : 22 000 visiteurs sur la seule période de mai à octobre.

Le Wifi

Il est gratuit et est accessible 24h/24 autour de l'Office du Tourisme.
76% des clients considèrent le wifi très important, pour leur choix de destination ou hébergement.
Sur simple demande, un visiteur en possession de son ordinateur ou de son smartphone peut utiliser l'accès à internet à l'Office de Tourisme. De plus avec le même mot de passe il peut capter la wifi chez tous les adhérents du réseau « Lozère Wireless ».

La librairie

La boutique est bien fournie et beaucoup de visiteurs ont noté la qualité de l'offre !
Les livres aux thématiques fortes comme les Camisards, les menhirs ou Stevenson sont demandés par les visiteurs, mais aussi beaux livres avec photographies de la région, les livres pour enfants et les polars. Ils rencontrent un succès grandissant pendant la période estivale.
L'office de tourisme continu à faire progresser son chiffre.
Et last but not least : le bénéfice de la vente nous permet d'augmenter la part d'autofinancement dans le budget

Evolution du chiffre d'affaire:

Chiffre d'affaire boutique
Année 2011: 11 735€
2012: 22 500€
2013: 24 000€
2014: 25 000€

Les animations

L'office de tourisme est un acteur majeur de l'animation non seulement pendant la période touristique mais aussi hors saison. Elle est vecteur qui permet une diffusion dynamique et efficace de tous les «temps forts» qui ont lieu sur notre canton. L'animation est au coeur des missions de l'offfice de tourisme et c'est pourquoi un programme mensuel est affiché toute l'année à l'extérieur du local d'acceuil dans un panneau dédié.
Nous regroupons également les animations sur notre site internet www.cevennes-montlozere.com dans notre rubrique agenda, nous envoyons par mail ce programme à notre liste de diffusion de façon régulière.
Pendant la période estivale l'office se mobilise! Avec le concours de la mairie de Pont de montvert nous éditons un calendrier pratique par quinzaine pour permettre à la population locale comme aux gens de passage d'organiser leurs vacances!
N'hésitez plus à nous communiquer vos évènements pour qu'ils soient ajoutés à notre agenda et largement diffusés.

Bilan quantitatif et qualitatif de la saison

Une saison difficile pour nos prestataires:
Un début de saison et mois de juillet maussade et des locations en baisse même chez les professionnels (3ème semaine de juillet pas louée).
Le démarrage encore plus tardif que d'habitude.
Un mois d'août qui permet de compenser mais pas d'augmenter.
Une arrière saison satisfaisante.
Les visiteurs baissent les dépenses annexes, cherchent des activités gratuites ou peu onéreuse.
Les séjours sont de plus en plus de dernières minutes et en court séjour.
Les visiteurs recherchent des vacances thématiques….

Au comptoir d'accueil et dans l'Office de Tourisme

Afin de mieux connaitre les personnes qui se rendent chez nous, l'office de tourisme a mis en place un observatoire.

Quelques chiffres et observations 2014:

L'office de tourisme accueille environ 22 000 visiteurs, et est ouvert 336 jours par an.

D'une part, depuis 2014, l'Office de Tourisme utilise un compteur électronique pour sa fréquentation globale. Les chiffres obtenus sont divisés par deux et un abattement de 25% est appliqué afin de ne pas fausser les chiffres.

D'autre part un mode de comptage plus qualitatif et mise en place à l'accueil pour les contacts physiques :
enregistrement des informations qui sont demandées au comptoir d'accueil ainsi que le département de provenance du visiteur:

La répartition départementale des demandes d'info au comptoir d'accueil Languedoc Roussillon:

- 23% de la fréquentation est Lozérienne
- 38% de la fréquentation provient du Gard
- 30% provient de l'Hérault
- 8% de l'Aude
- Et 1% des PO

Autres départements significatifs:

- PACA 7%
- Rhône Alpes : 11%
- Bretagne : 3%

Les etrangers:

15 à 18% de la fréquentation en hors saison (1 néerlandais, 2 allemand, 3 anglais, 4 belges)
Et jusqu'à 10% en été.

Top 3 des demandes au comptoir d'accueil de l'Office de Tourisme:

1- les services de l'Office de Tourisme représentent 30% des demandes !
2- les randonnées représentent 22%
3- les informations pratiques pour le village : 13%

Chez les prestataires

Lors de l'envoi des appels à cotisation était joint un questionnaire. Les résultats les plus significatifs sont présentés ci-dessous.

Sources de données :
- Nombre d'hébergeurs qui ont participé à l'enquête : 20
- Nombre d'activités (Sites touristique, commerces, activités sportives, restaurants) : 22

La question était : comment qualifieriez-vous l'année touristique 2014 ?

- Chez les hébergeurs tout confondu : 50% trouvent la saison «bonne» et un hébergement trouve la saison même «très bonne» avec pour tous un mauvais printemps et un rattrapage à l'arrière saison
En revanche 35% qualifient la saison comme «moyenne» et 10% «mauvaise».

- Les commerces et producteurs : pour 30% la saison était qualifiée comme «bonne» et pour 45% comme «moyenne».

- Les activités sportives 20 % «bonne», 75% «moyenne» et 5% «mauvaise»
- Les restaurants : 35% «bonne» 65% «moyenne»

- Et 83% des sites touristiques qualifient la saison de moyenne à mauvaise

Globalement:

53 % qualifient la saison de «moyenne» et 14,5% comme «mauvaise» avec pas plus de demande qu'en 2013 et un chiffre d'affaire qui se maintient à peine voire qui baisse.
En revanche 40 % qualifient la saison comme «bonne», et exceptionnellement 2,4 % comme «très bonne».

La mutualisation

Les offices de tourisme travaillent en réseau !

L'OT travaille déjà en commun pour son site internet avec les OT de Génolhac, Grand Combe et Bessèges
Un nouveau travail partenarial entre offices de tourisme d'une même destination, a été souhaité par le Conseil Général sur le territoire « Cévennes mont Lozère », les trois offices de tourisme, Villefort, Cévennes au mont Lozere et l'OTSI cevennes gorges du Tarn travailleront ensemble sur 3 actions :
* L'organisation de visites de fermes,
* La qualité et l'accompagnement et sensibilisation auprès des socioprofessionnels du territoire et
* la valorisation des activités de loisirs et du patrimoine culturel. (Élaborer un outil commun de partage d'informations entre les OTSI pour les activités de loisirs et de pleine nature notamment en hors saison
De ce fait les actions seront appliquables sur le territoire des 3 offices de tourisme.

Et la structuration

Se mettre résolument à la place du visiteur dont le comportement change: repositionnner l'offre de randonnées mais aussi s'appuyer sur l'évènementiel.

A côté de la redynamisation du GR68 nous allons retravaillér l'offre de petites randonnées avec les référents du secteur. Nous avons choisi de se rapprocher de l'OTSI Cévennes Gorges du Tarn afin d'utiliser la même charte graphique pour notre pochette et les fiches petites randonnées ainsi nous confortons le visiteur.

Sur notre site internet, www.cevennes-montlozere.com, le patrimoine local est valorisé par des circuits et par une rubrique spécifique depuis 2015 et graçe à cette rubrique le patrimoine s'affiche à côté des prestataires d'hébergement. Ainsi le visiteur a accès au patrimoine et aux randonnées à proximité.

Le changement de comportement des clientèles, nécessite de repositionner notre offre notamment en s'appuyant sur l'événementiel porteur, comme le festival des métiers d'art et les visites de fermes mais aussi d'autres projets innovants comme la fête de l'abeille noir....

Le Festival des métiers d'art

N'oublions pas de souligner l'importance de cette manifestation pour la promotion du territoire. C'est un moyen de se faire connaitre par le biais d'un évènement porteur. La découverte et l'information sur le festival se fait essentiellement par le bouche à oreille : Les anciens festivaliers font visiblement une excellente publicité du festival puisque 29% des gens viennent grâce à cette voix de communication.
Cet évènement connait un succès grandissant car les organisateurs ont résolument choisi la qualité. Des demandes de participation affluent de toute la France et ils doivent refuser de nombreuses candidatures de participation.

Les retombées économiques pour le territoire ont été estimées à 500 000€

Le public vient essentiellement pour les expositions des artisans mais les ateliers créatifs ont un énorme potentiel. Les personnes ayant testé des ateliers sont ravies et souhaitent en faire davantage et sur une durée plus longue.

Le festival est original, et très varié. Les lieux insolites, que sont les caves et les garages, créent une ambiance exceptionnelle et unique en son genre tout en permettant aux visiteurs de découvrir le village en même temps que les artisans.

La fête de l'abeille noir

Le 8 et 9 novembre 2014 a eu lieu la fête de l'abeille noire et des gastronomies traditionnelles et innovantes. Une véritable réussite pour les organisateurs, l'association «L'arbre aux abeilles» qui ont permis de faire de cette fête un rendez vous pour les amateurs mais aussi pour les curieux des savoirs faire et du bien manger. Une formidable initiative conjugant conférences, cabarets gourmands, expositions et lieux de dégustation. A renouveler sans modération

Total Festum

Total Festum est devenu un évènement incontournable au fil des ans. Cette année encore, entre reconstitutions historiques, balades contées et musique occitane ce fût une belle réussite et un moment de partage chaleureux autour de nos coutûmes auquel vous avez été nombreux à participer!

Alors rendez-vous l'année prochaine pour une nouvelle édition de Total Festum qui nous fait (re)découvrir toutes ces traditions occitanes!

L'OT en chiffres

22 000 visiteurs à l'accueil
Le site compte 99 000 visites sur une année, 8250 visites par mois en moyenne
Ce qui représente une augmentation de 30% par rapport à 2013
La page facebook 875 amis et followers
241 000 le nombre de visiteurs au salon de Stuttgart
Le guide du voyageur, 76 pages
232 cartes de pêches vendus
25 000 € de chiffre d'affaire en librairie

Les adhésions à l'Office de tourisme

Nous comptons 11 prestataires adhérents de plus en 2015 : Montpellier le vieux, Ferme caussenarde, Le gîte de la Fageole, La tour de Viale, Le Gîte de Felgerolles, Le mas de Sédaries, Le camping Val des Cevennes, Le saut en élastique le 107, GIE plantes infuse, Le berger cueilleur, L'auberge de Vialas. En revanche 12 adhérents en 2015 nous quittent : Mas Nouveau, Les Laubies, Auberge Lemontlo, Gîte de Gourdouze, Chambres d'hôtes de Villeneuve, Camping du le Chon du Tarn, Auberge des Bastides, le Mas du Cros, Chambre d'hôtes L'Escoutal, L' agricultrice Sylvette Gervais, La Mine témoin et Tourisme actif.
dont 5 pour cessation de l'activité !

Le financement de L'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme est soutenu par la Communauté de communes à hauteur de 29 % La dotation de la Conseillère Générale a permis d'augmenter les missions de promotion et de participer au salon de Stuttgart, et au salon de la randonnée de Lyon. (13%) Les missions extérieures : Visites de fermes, Festival des métiers d'art, la coordination du site internet et le développement du GR68 permettent à l'Office de Tourisme de trouver des financements supplémentaires (9%)
Et last but not least : la boutique librairie de l'Office de Tourisme représente 25% du budget

Subventions :

Communauté de communes : 22 500 €
Taxe de séjour : 6 550 €
Conseillère Générale Sophie Pantel : 12 000 €
Rentrée exceptionnelle Pays Cévennes : 10 000 €

Produits:

Missions: Amac, visite de ferme, internet : 8 448 €
Vente librairie : 24 980 €
Adhésions : 13 323 €

Le regroupement dans une association permet à tous les acteurs du tourisme d'échanger sur leurs problèmes et leurs besoins. Ainsi l'office de tourisme est un regroupement de compétences pour mieux prendre en main l'avenir du tourisme !

Informations pratiques socio-professionels

Qualité Sud de France

Le label au niveau du tourisme met en avant la qualité de l'accueil.
Une démarche qualité est volontaire, elle permet d'améliorer sa qualité d'accueil avec des outils mis à disposition (auto-évaluateur, questionnaire satis faction…), bénéficier d 'un accompagnement et se remettre en question à travers le regard extérieur.

La Région met en place des outils de communication grands public et une promotion importante du label (événementiels)
Pour la clientèle, c'est un gage de confiance :
Un label qualité régional qui rassure et conforte sur la qualité des prestations.Une satisfaction mieux maîtrisée

Découvrez les 5 étapes de votre labellisation sur :

www.tourisme-suddefrance-pro.com

Qualité Sud de France LANGUEDOC-ROUSSILLON

Devenez ambassadeur de l'Unesco, une occasion unique pour valoriser auprès de nos visiteurs cette inscription à l'Unesco !

L'ambassadeur doit répondre aux critères de la charte des valeurs et engagements des ambassadeurs des Causses Cévennes, patrimoine de l'UNESCO :
- Etre adhérent à un Office de Tourisme du territoire,
- être inscrits dans une démarche qualité lorsqu'il en existe une dans sa filière (pour les meublés notamment il faut au minimum être classé),
- Adapter ses pratiques aux principes d'un tourisme responsable
- participer à une des journées d'information qui sont proposées par l'entente interdépartementale des Causses et Cévennes

N'hésitez pas de nous demander, dès maintenant un dossier de candidature.

Pour plus de visibilité l'inscription sur www.cevennes-tourisme.com
Le simple fait d'adhérer à l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère vous permet d'avoir un encart sur le site du pays Cévennes : Il suffit d'en faire la demande à vos interlocuteurs.
au pays Cévennes: Delphine ou Jonathan au 04 66 55 84 92

Et aussi :
des nouvelles formations facebook
seront proposées à l'attention
des socio -pro en 2015

Conclusion

Nous assistons à une transformation de la clientèle touristique sur le territoire. Le public cible reste les jeunes retraités « randonneurs » et les étrangers (europe du nord) en hors saison, puis les familles et les randonneurs l'été.

Cependant, les demandes et les attentes sont de plus en plus diverses. En effet, on note une augmentation importante des services demandés à l'Office de Tourisme. Cela va de la carte de pêche bien sur, au billet de train en passant par le Wifi. Les visiteurs sont de plus en plus dépendants.

L'autre attente notable concerne les nouvelles technologies de l'information. 76% des visiteurs considèrent l'accès internet comme très important dans leur choix de destinations ou d'hébergements.

L'usage du mobile s'est lui aussi durablement installé.

Les Offices de Tourisme doivent donc adapter leur communication Web et leurs outils informatiques afin de répondre à cette demande : siteweb responsive s'adaptant au support numérique, présence sur les réseaux sociaux et les sites d'avis de consommateurs, mais aussi Flashcodes et possiblement applications smartphone.
Une faiblesse notable du territoire est l'accès à la téléphonie mobile et à internet.
En amont, pour le choix de la destination et en préparation de son séjour l'offre de services sur place est cruciale. Le prix n'est plus le seul moteur de la prise de décision.
Dans des temps de climats économiques incertains les consommateurs recherchent à maximiser l'utilisation de leur budget.
Il faut réfléchir aux propositions que l'on peut faire aux vacanciers au delà des standards des équipements et augmenter sa compétitivité.

Les vacances sont de plus en plus thématiques : avant on venait « à la montagne », maintenant on vient aux champignons, on vient faire du canyon, on vient pour Stevenson, on vient pour le terroir et l'agriculture. Le consommateur recherche à vivre de plus en plus « une expérience » et une immersion dans la vie locale (ex visites de fermes, festival nature) ou à travers des événementiels forts comme le « festival des métiers d'art » ou le « festival de l'abeille noire ».

Nous constatons une exigence accrue du client qui tend définitivement vers la qualité, une certaine éthique et un environnement préservé.
On sait que la qualité de nos paysages et du cadre de vie est l'atout majeur des Cévennes en général, de notre canton en particulier. Il convient de veiller à cette qualité.

Nous devons réfléchir sur notre offre touristique et sa valeur ajoutée notamment à travers les deux références d'excellence du territoire Parc National des Cévennes et Patrimoine Mondial de l'Unesco
Poursuivre la démarche qualité dans tous les domaines et proposer plus de services en fonction de nos publics.

Annexes

PLAN D ACTION DE L OFFICE DE TOURISME DES CEVENNES AU MONT LOZERE 2015-2016

Le déploiement des missions de l'OT, tant sur le volet de la démarche qualité, de la promotion du territoire que sur celui du développement touristique du territoire, donne lieu à l'élaboration d'un programme basé sur plusieurs axes. Ce programme a été établi en fonction des objectifs proposés par la communauté de communes dans la convention d'objectifs.

Axe 1 Promotion destination

Objectif :

 Renforcer notre promotion et augmenter la fréquentation sur le territoire en toute saison

Action : Prospecter une clientèle toute la saison et à l'étranger

- Participer aux salons de vacances à l'étranger (Allemagne, Belgique…) et de proximité
- Solliciter des comités d'entreprises en France et à l'étranger

Calendrier : 2015 -2016, Responsables : Sylvie et Camille

 Mieux cibler les publics à travers les thématiques : Famille, Unesco, Randonnée

Action : Refonte du guide du voyageur plan de communication sur la destination

- Renouveler notre guide, sa charte graphique et son contenu

Calendrier : octobre – mars 2015, Responsable : Manon Fabre

Axe 2 : Démarche qualité et classement

Intégrer une démarche qualité et valoriser les services de l'Office de Tourisme par un classement en catégorie II

Objectifs :

 Renforcer son image et l'image de son territoire

 Mieux satisfaire et fidéliser les visiteurs de plus en plus exigeants, accroitre les retombées économiques

- Professionnaliser et valoriser l'Office de Tourisme
- Obtenir la «marque Qualité » et le label « Qualité Sud de France »

Les principales actions réalisées en lien avec le classement sont :

Le renforcement de la signalétique et l'accès :

• Rendre accessible l'Office de Tourisme aux personnes handicapées (petite marche à l'entrée de l'OT)
• Placer une signalétique aux entrées des villages
• Amélioration de l'affichage en dehors de l'Office du Tourisme
La traduction
• La traduction du guide du voyageur en version light en anglais et en néerlandais
• La traduction du site en néerlandais (achat des noms de domaine : cevennes-montlozere.be et cevennes-montlozere.nl)
Responsables : Camille et Sylvie

La démarche qualité

Permet à l'office d'améliorer ses services d'accueil et d'information
Cet outil d'évaluation et de progrès place le visiteur au centre de toute pré-occupation

• Mise en place de la démarche et les procédures au printemps 2014
• Ecriture du manuel
Calendrier : mai – octobre 2014, Responsable : Sylvie
Constitution et écriture du dossier de classement
Calendrier : mai – octobre 2014,

Indicateur : classement de l'office de tourisme en catégorie II
Obtention de la marque Qualité Tourisme

• Faire fonctionner la démarche qualité dans tous les domaines
• Etendre le manuel qualité
• Soumettre la démarche qualité à un AUDIT
Calendrier : octobre 2015, Responsable : Sylvie

Développement de la Qualification Tourisme Handicap

Objectif :

 labelliser l'Office de Tourisme « tourisme et handicap »

• formation à suivre pour le personnel

Calendrier : 2016

Axe 3 Site web, NTIC et réseaux sociaux

Objectif :

 Renforcer notre promotion numérique et être à la pointe des nouvelles technologies

Actions :

• Création d'un site pour mobiles et tablettes

• Renforcement des pages de contenu et de séduction sur le site, renforcer l'image « ambassadeur de l'Unesco »

• Suivre la formation « rédaction pour le web » en nov 2014 de tout le personnel du pôle

• Présence de l'Office de Tourisme sur les réseaux sociaux et le web.2 :

• Réseaux sociaux : Augmenter la fréquentation sur facebook et création compte Twitter, intégration d'un module « livre d'or client »

• Renforcer le positionnement du site : Travail sur l'échange de liens des prestataires touristiques, optimiser le contenu rédactionnel par le biais de la formation « stratégie éditoriale pour le web »

• Revoir le graphisme du site

• Insertion d'un planning de disponibilité

Calendrier : juin 2014 –juin 2015, Responsable : Camille et Sylvie

Indicateurs : augmentation de la fréquentation du site, de la page facebook, diminutuion du taux de rebond

Axe 4 Améliorer les actions envers les socio professionnels

Objectif :

 Professionnaliser les socio pro dans les domaines du numérique et de l'accueil au sens large

Action : Renforcer la connaissance des réseaux sociaux,

• Formation des prestataires, initiation à Facebook

Calendrier : premières sessions mars 2014, Responsable : Camille
Indicateurs : nombre de participants, nombre de comptes professionnels crées

Action : Renseigner régulièrement les socio pro sur les démarches à suivre
- Pour devenir ambassadeur de l'Unesco,
- Qualité Sud de France,
- S'inscrire sur le site du Pays Cevennes….

Calendrier : 2014 et 2015 en continue
Indicateurs : nombre d'inscrits

Action : Sensibiliser les professionnels aux enjeux touristiques et renforcer les liens et la dynamique OTSI/ prestataires
- Travailler en partenariat avec les OT de la destination Cévennes mont Lozère pour développer et augmenter la qualité des services d'accueil
- Suivre une formation commune avec les personnels des Offices de Tourisme de la destination dans ce sens
- Création d'outils à proposer aux socio-professionnels pour les accompagner dans leurs projets
- Accompagnement méthodologique et technique des prestataires au niveau de la qualité au sens large
- Intégrer et valoriser les labels existants
- Organiser des réunions locales, des ateliers pratiques avec les socio pro

Calendrier : fin 2015- 2016, Responsables : Sylvie et Camille, Indicateurs : bilan qualité socio pro

Axe 5 Développement touristique- structuration

Action : développer une offre de qualité et des actions concrètes autour de l'inscription de l'unesco

Objectif:

 Participer à la pérennisation de l'inscription à l'Unesco en proposant des actions concrètes

• Création de visites de ferme sur le mont Lozère
Lancement pilotage et montage du projet.
Calendrier : juin – septembre 2014 , Responsable : Sylvie
• Partenariat avec les OT pour développer les visites de ferme, et déploiement des visites sur le secteur du sud Cévennes

Etendre l'action des visites de ferme sur le territoire sud Lozère, sur la destination Cevennes mont Lozere, comme définie par le Conseil Général de la Lozère, action collective portée par l'Office de Tourisme
Calendrier : Janvier – août 2015, Responsable : Sylvie

Action : Développer une nouvelle offre en matière d'itinérance

Objectifs :

- Diversifier l'offre de randonnée afin d'atteindre des nouvelles clientèles
- Renforcement du travail d'ingénierie sur des projets (projet Terra Rural)

• Adapter et qualifier l'offre en l'axant sur l'itinérance Gr68 et variantes
Lancement pilotage et montage du projet et répondre à l'appel au projet de la Région
• Travail avec les partenaires en groupes de travail, Réalisation d'outil de promotion : site internet, brochure
Calendrier de mise en œuvre : 2015-2016, Responsable : Camille

Le Pont-de-Montvert L'office de tourisme classé en catégorie 2

Le classement est un gage de qualité pour le visiteur.

L'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère a déposé son dossier de classement en catégorie II, en octobre 2014. Il a reçu l'aval de la préfecture en février.
Le classement est effectif pour les cinq prochaines années et a demandé des investissements matériels et immatériels importants, afin de répondre aux nouveaux critères, plus exigeants.
L'optimisation de la signalétique extérieure, l'accès handicapé et l'amélioration de l'affichage visible en dehors des heures d'ouverture ont été effectués avec le concours de la mairie de Pont-de-Montvert.

Accueil amélioré

L'accueil à l'office de tourisme est trilingue, l'amplitude des horaires d'ouvertures correspond aux exigences.
La traduction en anglais et en néerlandais du site internet a été effectuée en interne et les prestataires touristiques sont à présent entièrement traduits.
Le site est devenu "responsive", c'est-à-dire que le contenu est également consultable sur mobile ou sur tablette.
La constitution du dossier de classement est allée de pair avec la mise en place d'une démarche qualité, permettant d'améliorer les services d'accueil et d'information. Elle place le visiteur au centre de toute préoccupation. Outil d'évaluation et de progrès important, il permettra à l'office de tourisme d'obtenir, à terme, la marque qualité qui est un label reconnu au plan qualité tourisme.
Le manuel qualité est le mode d'emploi pour maintenir et mesurer le niveau. Des procédures et modèles ont été élaborés pour la bonne mise en œuvre opérationnelle et quotidienne des tâches. Des indicateurs spécifiques, enquêtes de satisfaction, fiches de suggestions et réclamations et observatoire clients, permettent de vérifier l'efficacité des actions.
Le nouveau classement est un gage de qualité pour le visiteur, ainsi l'office de tourisme continuera d'être l'acteur du développement local au service du territoire.

■ Prochaine étape pour l'équipe : obtenir la marque qualité, label reconnu.

Corres. ML : 06 03 86 80 21

CULTURE

La Lozère Nouvelle du 9 mai 2014

90 visites de fermes

Rencontrez les agriculteurs autour du Mont Lozère

De mai à novembre, plus de 90 visites de fermes sont organisées par 22 agriculteurs autour du Mont Lozère.

Une occasion unique d'aller à la rencontre des agriculteurs et de leur savoir-faire. Plus de 22 agriculteurs ouvrent leurs portes et accueillent les visiteurs : apiculteurs, éleveurs bovin, caprin, pisciculture ou exploitations castanéicoles, c'est un moment privilégié que vous offrent ces exploitants, au plus près de la nature. C'est l'occasion de rencontres uniques et de moments authentiques autour de la production des produits du terroir des Cévennes au Mont Lozère, une dynamique écotouristique. À travers la promotion du "circuit court" et d'une économie locale, les visites de fermes permettent également de tisser un lien entre les agriculteurs et l'activité touristique. Loin des clichés et des idées reçues, le projet "visite de fermes" privilégie le contact direct, la convivialité, la curiosité et la simplicité.
Les visites de fermes ont également une visée éducative et pédagogique. Petits et grands, à travers leurs rencontres avec ter des produits du terroir et ainsi d'éduquer leur palais.
La connaissance de l'origine des produits est également une notion importante qui permettra aux visiteurs de mieux comprendre l'agriculture d'aujourd'hui sous un aspect ludique et familial.
Les enfants découvriront un milieu qui les fascine, celui de la ferme et apprendront d'où vient ce qu'il y a dans leurs assiettes.
Une journée conviviale, en famille et au grand air sur le Mont Lozère

Une journée conviviale, en famille et au grand air sur le Mont Lozère

N'hésitez pas à demander la brochure dans les Offices de tourisme ou à consulter le site : www.visitedeferme.fr
Un accueil de deux heures environ est prévu dans une ferme, permettant la visite des bâtiments, des jardins ou de l'atelier de production, le contact avec les animaux... L'agriculteur partage et explique la vie agricole d'aujourd'hui, les techniques qu'il utilise, les contraintes liées à la géologie, sa passion.
Une participation financière est demandée afin de financer un goûter de produits

Une inscription est obligatoire à l'Of de tourisme, partenaire du M Lozère, à savoir: OT de Villefort, des Cévennes au Mont Lozère, des Hautes Cévennes, OT de Mer antenne de Bagnols-les-Bains e Bleymard.

Et pour en savoir plus: Infos généra SIS Mont Lozère au 04 66 46 89 09 sismontlozere@orange.fr.
Contact "visites à la ferme": Sy Van de Walle OT Pont-de-Mont